

## فاعلية برنامج مقترح قائم على توظيف أدوات التسويق الإلكتروني لتنمية مهارات ريادة الأعمال والمسئولية المجتمعية لدى طلاب التعليم الفني التجاري

أ. إيمان إسماعيل أحمد عبد الحافظ\*

أ. د. صابر حسين محمود\*\*

أ.م.د. أمل نصرالدين سليمان\*\*\*

### مستخلص البحث

هدف البحث التعرف على فاعلية برنامج قائم على توظيف بعض أدوات التسويق الإلكتروني لتنمية مهارات ريادة الأعمال والمسئولية المجتمعية لدي طلاب التعليم الفني التجاري. وقد تحددت مشكلة البحث " ضعف مهارات ريادة الأعمال "التسويق الإلكتروني" لدى طلاب التعليم الفني التجاري " ، ولتحقيق هدف البحث، تم تحديد مهارات ريادة الأعمال والمسئولية المجتمعية الواجب توافرها لدى لدى طلاب التعليم الفني التجاري ، وتم بناء ثلاث قوائم للبرنامج المقترح لتنمية تلك المهارات ، وتضمن وحدتين تجريبيتين ( التسويق الإلكتروني، ريادة الأعمال)، وتم رفع البرنامج على هذه المنصة (<https://classroom.google.com/w/NDI1OTc4NDU5OTkx/t/all>) google classroom وتطبيقه على عينة البحث التجريبية وهي مكونة من (70) طالب بقطاع شمال القاهرة ، وتمثلت أدوات القياس في اختبار تحصيلي، و بطاقة تقييم المنتج ، واختبار مواقف ، ومقياس المسئولية المجتمعية ، لقياس المهارات المرتبطة بتدريس وحدتين ( التسويق الإلكتروني، ريادة الأعمال)، وتوصل البحث الى فعالية البرنامج في تنمية الجانب المعرفي و المهارى المرتبط بمهارات ريادة الأعمال والمسئولية المجتمعية ، وتم التوصية بالاستفادة من البرنامج بتنمية مهارات ريادة الأعمال والمسئولية المجتمعية أخرى لم يتم التدريب عليها، وأقترح إجراء دراسة تتضمن فعالية أساليب تدريبية أخرى توظف مستحدثات تكنولوجيا التعليم في تنمية مهارات ريادة الأعمال والمسئولية المجتمعية لمعلمي المواد التجارية و طلاب التعليم الفني التجاري.

**الكلمات المفتاحية:** التسويق الإلكتروني- مهارات ريادة الأعمال - المسئولية المجتمعية -

طلاب التعليم الفني التجاري.

\* موجه عام بالتربية والتعليم القاهرة

\*\* أستاذ المناهج وطرق التدريس بكلية التربية جامعة عين شمس

\*\*\* أستاذ تكنولوجيا التعليم المساعد بكلية التربية النوعية جامعة عين شمس

---

**Research Abstract**

The aim of the research is to identify the effectiveness of a program based on employing some e-marketing tools to develop entrepreneurship skills and social responsibility among students of commercial technical education. The research problem was identified as “the weakness of the entrepreneurship skills “e-marketing” among students of technical and commercial education. It included two experimental units (e-marketing, entrepreneurship), and the program was uploaded to this Google Classroom platform <https://classroom.google.com/w/NDI1OTc4NDU5OTkx/t/all> and applied to the experimental research sample, which consists of (70) A student in the North Cairo sector, and the measurement tools consisted of an achievement test, a product evaluation card, a parking test, and a scale of social responsibility, to measure the skills associated with teaching two units (e-marketing, entrepreneurship). Entrepreneurship and social responsibility, and it was recommended to take advantage of the program to develop the skills of entrepreneurship and other social responsibility that have not been trained on, and I suggest conducting a study that includes the effectiveness of other training methods The innovations of educational technology are used to develop entrepreneurial skills and social responsibility for teachers of commercial subjects and students of technical and commercial education.

**Keywords:** e-marketing – entrepreneurship skills – social responsibility – technical commercial education students.

## مقدمه:

يعد التعليم بصفة عامة والتعليم الفني بصفة خاصة من أسس التنمية الشاملة في أي مجتمع، لأن التعليم هو المصدر الأساسي لإعداد وتأهيل الأفراد وبالتالي المجتمعات وتزويدهم بالمعارف والمهارات والقدرات التي تجعلهم قادرين على أداء أعمالهم بصورة فعالة، لخدمة أنفسهم وخدمة مجتمعاتهم. (فودة عبد العزيز وآخرون، ٢٠١١)

فالتعليم الفني بجميع أنواعه (تجاري - زراعي - صناعي) يهدف بوجه عام إلى إكساب الفرد قدرًا من الثقافة والمعلومات الفنية والمهارات العملية التي تمكنه من إتقان أداء عمله، وتنفيذه على الوجه الأكمل - وهو أمل المستقبل - والاهتمام بهذا التعليم من أبرز تحديات القرن الحادي والعشرين ويقاس تقدم الأمم بتقدم التعليم الفني بها، لذا تم صياغة مادة في الدستور المصري تنص على أن "تلتزم الدولة بتشجيع التعليم الفني والتقني والتدريب المهني وتطويره، والتوسع في أنواعه كافة، وفقا لمعايير الجودة العالمية، وبما يتناسب مع احتياجات سوق العمل (دستور مصر ٢٠١٩-مادة ٢٠).

ويسمح للطلاب الحاصلين على دبلوم المدارس الثانوية الفنية نظام ثلاث سنوات (تجاري - زراعي - صناعي) وفي التخصصات التي يحددها قطاع التعليم الفني وكذا الطلاب الحاصلين على شهادة الثانوية العامة باستكمال دراستهم لمدة عامين دراسيين بالصفين الرابع والخامس بالمدارس الفنية المتقدمة نظام خمس سنوات أو بفصول ملحقة بالمدارس الفنية نظام ثلاث سنوات وفق النظام الذي يحدده قطاع التعليم الفني والتجهيزات، ويمنح الناجحون في نهاية العام الخامس دبلوم المدارس الثانوية الفنية نظام خمس سنوات فئة "الفني الأول" ويحدد فيه نوع التخصص. (قرار وزاري: ٢٠١٣، ٢٣٢)

ويتضح مما سبق أن المجتمع في حاجة شديدة وعاجلة إلى فنيين يتميزوا بالمهارة والتخصص ويظهر هنا دور رجال الأعمال وأصحاب الشركات والهيئات في تدريب الطلاب وصقل مهاراتهم بما يتوافق مع سوق العمل العالمي.

وتدرك المنظمات والمجتمع عمومًا السلوك المسؤول أخلاقياً واجتماعياً والدور الحاسم في ممارسات الأعمال الجيدة، ونقاش حول مراكز المسؤولية المجتمعية ومسؤوليات المستهلكين والشركات التي تعمل من أجل مستقبل مستدام مع التركيز على تعليم الأعمال المتنوعة. وقد أدى هذا الإدراك أرباب العمل إلى توقع هذا وطلب ذلك من المدارس التجارية لتسهيل تدريب الطلاب في المشروعات الصغيرة من خلال مناهج تعليمية موزعة بعد أخذ آراء الطلاب فيها لتنمية المسؤولية المجتمعية لديهم.

(Nelson A. Barber, 2013)

Bugdayci, el., at.: ٢٠١٩ وهي عبارة عن دراسة بحثية وصفية ، تم إجراؤها لتحديد مستويات المسؤولية الشخصية والمجتمعية لدى طلاب المدارس الثانوية. تتألف مجموعة البحث من ٦٠٢ طالبًا (٢٨٥ طالبة و٣١٧ ذكرًا)، تم استخدام مقياس المسؤولية الشخصية والاجتماعية (PSRS) ، وبعد الانتهاء من البحث، تم تحديد مستويات المسؤولية الشخصية والاجتماعية للطلاب بشكل عام كانت عالية، من وجهة نظر متغير "الجنس"، كانت للطالبات مستويات أعلى من المسؤولية من "الصف". (Bugdayci, el., at. 2019,206-210))

وأكدت دراسة (ابراهيم صابر: ٢٠١٢) على أهمية تنمية المعارف والمفاهيم والمهارات، والاتجاه نحو العمل الحر والأزمة لتنفيذ المشروعات الإنتاجية المتناهية الصغر لدي طلبة المدرسة الصناعية.

وهدفتم (عزة عبدون: ٢٠١٢) إلى إعداد دراسة الجدوى الاقتصادية للمشروع الجديد ضروريا لأغراض الحصول على المعلومات التشغيلية والخدمية والمعلومات الأخرى.

ومن أهم المعلومات إلى يتم الحصول عليها من تقرير دراسة الجدوى الاقتصادية للمشروع الجديد ما يلي:

إن التعرف على نوع المنتج أو الخدمة المنتجة عن طريق المشروع الجديد يعبر ضروريا لأغراض تحديد وتوصيف مدخلات الإنتاج في مراحل المختلفة، كما يمكن تحديد الخامات المستخدمة أو استخدامه في حالة الإنتاج الوسيط ويفيد ذلك في أغراض إعداد وإنجاز دراسات تقييم الأثر البيئي للمشروعات الجديدة. (عزة عبدون: ٢٠١٢، ٤١٧-٤٢٤)

هناك عدد من التعاريف لمفهوم التسويق الإلكتروني من أبرزها تعريف أبو فاره (٢٠٠٤) والذي يرى أن وظيفة التسويق الإلكتروني تعمل على تحقيق التنسيق والتكامل مع بقية وظائف المنظمة المختلفة (الإنتاج، التمويل، الشراء، التخزين، المالية، الأفراد (وهو إدارة التفاعل بين المنظمة والمستهلك من أجل تحقيق المنافع المشتركة بين الجانبين. أما نجم) ٢٠٠٤ (فيعرف التسويق

الإلكتروني بأنه عملية الاستخدام والتطوير الفعال) وفق رؤية رقمية واضحة (والكفاء) مقدره جوهرية (للموارد التسويقية الرقمية) الخبرات، المعارف، الأفراد، القواعد، البيانات، العلاقات... .. وغيرها(والأدوات المتاحة على الأنترنت من أجل تحقيق ميزة تنافسية في سوق الأعمال الإلكتروني بينما يرى نصر(٢٠٠٥) أن التسويق الإلكتروني عبارة عن "تطبيق لسلسلة واسعة من تكنولوجيا المعلومات بهدف زيادة منافع المستهلك من ناحية التخطيط الأكثر فعالية لتنفيذ الأفكار في التوزيع والترويج والتسعير من ناحية أخرى."

على، أيمن جابر حسونة، (٢٠١٨): هدف البحث: الوقوف على الأسس النظرية للمتطلبات الإدارية للتسويق الإلكتروني بالمدارس الثانوية الفنية الصناعية من منظور أدبيات الفكر التسويقي المعاصر، وتحديد مدى توافر المتطلبات الإدارية اللازمة للتسويق الإلكتروني للمدارس الثانوية الفنية الصناعية في مصر نظريا وميدانياً،

والتوصل إلى تصور مقترح للمتطلبات الإدارية اللازمة للتسويق الإلكتروني للمدارس الثانوية الفنية الصناعية بجمهورية مصر العربية.

### الإحساس بالمشكلة:

تكون الإحساس بالمشكلة من خلال:

- عمل الباحثة " كموجه أول بالتعليم الفني بقطاع شمال القاهرة" حيث لاحظت الباحثة وجود مشكلة في أن التزايد المستمر لأعداد طلاب التعليم الفني مما أدى إلى توجه نسبة كبيرة إلى التعليم التجاري، وأدى ذلك إلى ارتفاع نسبة البطالة بينهم وبالتالي زادت المخاطر في المجتمع.
- متابعة ورصد الواقع وما يشير إليه الاتجاه القومي من رفع مستوى معيشة الفرد وبالتالي زيادة مستوى الدخل القومي للبلاد.
- وقد تبين أن معظم طلاب التعليم الفني عامة والتجاري خاصة تعول أسرهم وفي أحسن الأحوال يعول نفسه.
- أن نسبة كبيرة منهم تعمل بالقطاع الخاص في وظائف متدنية حيث يتم استغلالهم من قبل أصحاب الأعمال.
- مبادرة البنك المركزي بتنفيذ برنامج شامل ومتكامل لدعم وتنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة من خلال توجيه البنوك والقطاع المصرفي بتخصيص نسبة لا تقل عن ٢٠٪ من إجمالي القروض خلال السنوات الأربع القادمة لتمويل الشركات الصغيرة والمتوسطة المملوكة للشباب، أن يكون سعر الفائدة على القروض المقدمة لتمويل المشروعات متناهية الصغر لا يزيد على ٥٪ سنويا متناقصة.
- وكما أكدت وزيرة التعاون الدولي، أن أهم محاور نجاح برنامج الإصلاح الاقتصادي هو أن يتم بالتوازي مع برنامج إصلاح اجتماعي قوى ولذلك التركيز بالأساس على المواطن المصري، فالهدف من أي برنامج إصلاحي

هو تحقيق نمو شامل مستدام، بمعنى أن جميع فئات المجتمع لا بد أن تجني ثمار الإصلاح .

- تم عمل استطلاع رأي على (١٦) موجه من موجهي مجموعة إدارة المشروعات الصغيرة بمحافظة القاهرة و(٢٠) معلم يدرسون مجموعة إدارة المشروعات الصغيرة و (٥٠) طالب "حول مهارات ريادة الأعمال وعرض المنتجات والتسويق من خلال توظيف بعض أدوات التسويق الإلكتروني" ، وأسفرت النتائج عن وجود ضعف في مهارات تسويق وإدارة المشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر .
- ندرة الدراسات السابقة التي تناولت توظيف أدوات التسويق الإلكتروني لتنمية مهارات المشروعات الصغيرة وتسويقها.

مشكلة البحث:

وفي ضوء ما تقدم أمكن تحديد مشكلة البحث في " ضعف مهارات ريادة الأعمال "التسويق الإلكتروني" لدى طلاب التعليم الفني التجاري "

أسئلة البحث:

للتصدي لمشكلة البحث الحالي يحاول الإجابة عن السؤال الرئيسي التالي:  
 "ما فاعلية برنامج مقترح قائم على توظيف أدوات التسويق الإلكتروني لتنمية مهارات ريادة الأعمال والمسئولية المجتمعية لدى طلاب التعليم الفني التجاري؟"  
 ويتفرع من السؤال الرئيسي الأسئلة الآتية:

١. ما مهارات ريادة الأعمال المطلوب تنميتها لدى طلاب التعليم الفني التجاري؟

٢. ما مهارات المسئولية المجتمعية المطلوب تنميتها لدى طلاب التعليم الفني

التجاري؟

٣. ما نموذج التصميم التعليمي المناسب لتوظيف أدوات التسويق الإلكتروني لتنمية ريادة الأعمال والمسئولية المجتمعية لدى طلاب التعليم الفني التجاري؟
٤. ما فاعلية برنامج مقترح قائم على توظيف أدوات التسويق الإلكتروني على تنمية الجانب المعرفي في التطبيقي (القبلي-بعدي) المهارات ريادة الأعمال لدى طلاب التعليم الفني التجاري؟
٥. ما فاعلية برنامج مقترح قائم على توظيف أدوات التسويق الإلكتروني على تنمية الجانب المعرفي لمهارات ريادة الأعمال لدى طلاب التعليم الفني التجاري؟
٦. ما فاعلية برنامج مقترح قائم على توظيف أدوات التسويق الإلكتروني لتنمية المسئولية المجتمعية لدى طلاب التعليم الفني التجاري؟
٧. ما فاعلية برنامج مقترح قائم على توظيف أدوات التسويق الإلكتروني على تنمية الجانب الأدائي البعدي لمهارات ريادة الأعمال لدى طلاب التعليم الفني التجاري؟

### أهداف البحث:

يهدف البحث إلى:

١. بناء منهج جديد يدرس على ثلاث سنوات هو (التسويق الإلكتروني، وريادة الأعمال).
٢. تحديد المهارات الواجب توافرها لدى طلاب التعليم التجاري في المواد الآتية: (التسويق الإلكتروني، وريادة الأعمال).
٣. تحديد الاحتياجات التدريبية الفعلية لطلاب التعليم التجاري في مادتي (التسويق الإلكتروني، وريادة الأعمال).



٤. تنمية المهارات من خلال برنامج مقترح لتوظيف أدوات التسويق الإلكتروني لتنمية مهارات ريادة الأعمال.
٥. التحقق من فاعلية البرنامج المقترح لتوظيف أدوات التسويق الإلكتروني لتنمية الجانب المعرفي لمهارات ريادة الأعمال لدي طلاب التعليم الفني التجاري.
٦. التحقق من فاعلية البرنامج مقترح لتوظيف أدوات التسويق الإلكتروني لتنمية الجانب الأدائي لمهارات ريادة الأعمال لدي طلاب التعليم الفني التجاري.
٧. التحقق من فاعلية برنامج مقترح لتوظيف أدوات التسويق الإلكتروني لتنمية مهارات المسؤولية المجتمعية لدي طلاب التعليم الفني التجاري.

### أهمية البحث:

- بناء وتصميم تعليم وتعلم المقررات المهنية بالمدارس الثانوية التجارية في ضوء استخدام تكنولوجيا التعليم.
- يكتسب البحث الحالي أهميته من الاتجاه القومي للدولة بالاهتمام بزيادة الأعمال والتسويق الإلكتروني من خلال المشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر.
- الواقع الحالي الذي يتميز بالتقدم التكنولوجي الهائل والاتصال والتواصل بسرعة فائقة، حيث أصبح العالم قرية صغيرة.
- قد يفيد هذا البحث القائمين على التعليم الثانوي الفني التجاري وتعدد شعبه في السنوات الأخيرة، والعمل تنمية الثروة البشرية وتدريبها وغرس المهارات والخبرات بها.
- تأتي أهمية البحث من أهمية الفئة المستهدفة وهم طلاب التعليم الفني التجاري وهذه الفئة تزداد كل عام عن الأعوام الماضية وذلك بسبب التحول النسبي من التعليم العام إلى التعليم الفني.

- إضافة بعد جديد لتصميم تعليم وتعلم المقررات المهنية بالمدارس الثانوية التجارية وذلك من خلال دمج الأنشطة التي تساعد على التعلم النشط من خلال الوسائط الإلكترونية.
- توظيف ناتج التعلم في تنمية مهارات مهنية حياتية يستفيد منها المتعلم في المستقبل في تأسيس مشروعات صغيرة في مجال التسويق، وإدارتها بطريقة منظومية إبداعية.
- إضافة بعد جديد لدمج المفاهيم العلمية المتخصصة في مجال الأعمال الإدارية والتجارية، وذلك من خلال اكتساب الطالب المقدرة على تكوين الرؤية الصحيحة والاستفادة منها في تعلم بقية المقررات المهنية بالمدارس الثانوية التجارية.
- يفيد مخططي برامج إعداد وتدريب الطلاب والمعلمين في التعرف على أساليب حديثة لمواكبة التطورات السريعة المتلاحقة للتكنولوجيا وفق متطلبات سوق العمل المحلى والعالمى.

### حدود البحث:

- يجرى هذا البحث في إطار الحدود الآتية:
١. طلاب (الصف الأول، والثاني، والثالث) بقطاع شمال محافظة القاهرة بمدارس الثلاث والخمس سنوات.
  ٢. المهارات التدريسية المرتبطة ببناء مقرر (ريادة الأعمال "التسويق الإلكتروني").
  ٣. وحدتين لتنمية المهارات التدريسية "التخصصية للطالب" المرتبطة بالمقرر الآتي: (وحدة من مقرر ريادة الأعمال "التسويق الإلكتروني").

## فروض البحث:

يسعى البحث إلى التحقق من صحة الفروض التالية:

١. يوجد فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠٥) بين متوسطي درجات مجموعة البحث في التطبيقي (القبلي والبعدي) للجانب المعرفي التحصيلي لمهارات ريادة الأعمال لدي طلاب التعليم الفني التجاري لصالح التطبيق البعدي.
٢. يوجد فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠٥) بين متوسطي درجات مجموعة البحث في التطبيق القبلي - البعدي لاختبار المواقف لمهارات ريادة الأعمال لدي طلاب التعليم الفني التجاري.
٣. يوجد فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠٥) بين متوسطي درجات مجموعة البحث في التطبيق القبلي - البعدي لمقياس مهارات المسؤولية المجتمعية لدي طلاب التعليم الفني التجاري.
٤. يوجد فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠٥) بين متوسطي درجات مجموعة البحث (للفيديو التسويقي - البريد الإلكتروني) في التطبيق القبلي - البعدي لبطاقة تقييم المنتج النهائي للجانب التطبيقي لمهارات ريادة الأعمال لدي طلاب التعليم الفني التجاري.

## أدوات البحث:

- إعداد اختبار تحصيلي لقياس الجانب المعرفي لمهارات ريادة الأعمال لطلاب التعليم الفني التجاري.
- بطاقة تقييم المنتج النهائي لقياس الجانب التطبيقي لمهارات ريادة الأعمال.
- اختبار مواقف لمهارات ريادة الأعمال.
- مقياس مهارات المسؤولية المجتمعية لدى لطلاب التعليم الفني التجاري.

**مصطلحات البحث:****التسويق الإلكتروني:**

يعرف الطائي وآخرون (٢٠٠٦) (التسويق الإلكتروني بأنه " الاستخدام الأمثل للتقنيات الرقمية بما في ذلك تقنية المعلومات والاتصالات لتفعيل إنتاجية التسويق وعملياته المتمثلة في الوظائف التنظيمية وعمليات الموجهة لتحديد حاجات الأسواق المستهدفة وتقديم السلع والخدمات إلى العملاء وأصحاب المصلحة في المنظمة . " كما عرف أبو قحف وآخرون (٢٠٠٦) التسويق الإلكتروني بأنه عملية استخدام شبكة الإنترنت والتكنولوجيا الرقمية لتحقيق الأهداف التسويقية للشركات وتدعيم المفهوم التسويقي الحديث . وبالتالي يمكن للمسوقين عبر الإنترنت أن يقوموا بنشر المعلومات عن منتجاتهم وشركاتهم بسهولة أكبر وحرية أكبر مقارنة بالتسويق التقليدي .

**ريادة الأعمال:**

عرفها) محمد زين العابدين، 2016، ٦٣٢) بأنها التوجه برغبة لإنشاء عمل خاص يديره الفرد وتحمى فيها بروح المغامرة وتقبل المخاطرة المحسوبة وتحمل التبعات النفسية والاجتماعية والمالية لذلك، للحد من البطالة وتحقيق الرفاهية الاقتصادية والاجتماعية لنفسه ولغيره.

وكذلك تعريف (محمود سيد على، ٢٠١٦، ١٧) بأنها قدرات خاصة لدى الفرد يمكن تنميتها كي تساعده في البدء في مشروع وإدارته ومواجهة مخاطره بشكل يتميز بالإبداع والحرفية.

الإضافة إلى التعريف الذي جاء في قاموس إدارة الأعمال، ٢٠١٨) بأنها: القدرة والرغبة في تطوير وتنظيم إدارة مشروع تجاري جديد مع التمتع بروح الابتكار وتحمل

المخاطر ، وهي جزء أساسي من قدرة أي دولة على النجاح في سوق عالمي يتغير باستمرار ويزداد فيه التنافس.

( Entrepreneurship, BusinessDictionary, OECD ,2018 )

كما عرفت ( Paula Fernandes ,٢٠١٩ ) ريادة الأعمال بأنها في الأساس فن وعلم بناء أنظمة مربحة لمساعدة الناس بطرق لا تفعلها النظم الأخرى. فالكفاءة الأساسية لرجل الأعمال ليست فطنة العمل أو القدرة التسويقية، بل التعاطف والقدرة على فهم مشاعر واحتياجات الآخرين.

### المسؤولية المجتمعية:

قد عرف البنك الدولي المسؤولية المجتمعية على أنها التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم و عائلاتهم و المجتمع المحلي و المجتمع ككل لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة و يخدم التنمية في آن واحد World Bank, 2005..p1

### الإطار النظري والدراسات السابقة

#### أولاً: التسويق الإلكتروني

أما نجم(٢٠٠٤ ) فيعرف التسويق: الإلكتروني بأنه عملية الاستخدام والتطوير الفعال ( وفق رؤية رقمية واضحة )والكفاء (مقدرة جوهرية ) للموارد التسويقية الرقمية (الخبرات، المعارف، الأفراد، القواعد، البيانات، العلاقات..... وغيرها) والأدوات المتاحة على الأنترنت من أجل تحقيق ميزة تنافسية في سوق الأعمال الإلكتروني بينما يري نصر(٢٠٠٥ ) أن التسويق الإلكتروني عبارة عن " تطبيق لسلسلة واسعة من تكنولوجيا المعلومات بهدف زيادة منافع المستهلك من ناحية التخطيط الأكثر فعالية لتنفيذ الأفكار في التوزيع والترويج والتسعير من ناحية أخرى".

والجدير بالذكر إن توظيف أدوات التسويق الإلكتروني التي سبق ذكرها أو أي وسيط تكنولوجي لا يتم فقط بمجرد الاستخدام الشكلي لتلك التقنيات في التدريس، بل هو عملية منظمة تحتاج إلى تدريب على تتبع خطوات التعليم المنظومي، وهو ما يعرف بالتصميم التعليمي، وتكمن أهمية التصميم التعليمي في أنه الطريقة المنظومية المثلى لتطوير دروس متكاملة من الأهداف والمحتوى والأساليب والمواد والوسائط المستخدمة، وتحديد دور المعلم، وتفاعل المتعلم والسماح بالتحسين والتعديل فيها لكي تتحقق تلك الأهداف، أي باختصار تطوير الدروس كمنظومة متعددة الوسائط . (Wiggins,2000,703)

ويرى حمدي عبد العزيز ، (٢٠١٣): أن تعلم التسويق الإلكتروني لدى طلاب المدارس الثانوية التجارية تم استخدام مزيج من إجراءات منهج البحث التجريبي ومنهج البحث التطويري ، ولقياس المتغيرات التابعة في البحث قام الباحث بتصميم اختبار في مهارات التفكير المنظومي ومقياس الدافعية لتعلم التسويق الإلكتروني كما طور الباحث وحدة تعليمية في مفاهيم ومبادئ التسويق الإلكتروني لطلاب المدارس الثانوية التجارية ، بلغ حجمها ٧٠ طالبا وطالبة ، تم تقسيمها إلي مجموعتين ، إحداهما تجريبية والأخرى ضابطة. وقد أظهرت نتائج التجريب وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعة التجريبية والمجموعة الضابطة في مهارات التفكير ، والدافعية لتعلم التسويق الإلكتروني؛ وقد كانت هذه الفروق لصالح المجموعة التجريبية كما أظهرت النتائج وجود علاقة موجبة ودالة إحصائيا بين اكتساب مهارات التفكير ، والدافعية لتعلم التسويق الإلكتروني لدى طلاب مجموعة التجريبية وفي ضوء ما توصل إليه البحث من نتائج قدم الباحث مجموعة من التوصيات والمقترحات التربوية لتعميم نتائج البحث.

وهدفنا دراسة أفنان شعبان (٢٠٢٠): إلى تحديد العوامل المؤثرة في استخدام المرأة للتسويق الإلكتروني في مواقع التواصل الاجتماعي ، ومعرفة مدى استخدام

العينة لمواقع التواصل الاجتماعي لإغراض التسويق الإلكتروني، استخدام في البحث المنهج الوصفي المسحي بإجراء دراسة ميدانية على عينه من النساء العاملات في جامعة بغداد بواقع (٢٦٩) إمراة واستخدام أداة البحث أستبانة استمارة ثم تصميمها بعد عرضها على المحكمين وتضمنت مجموعة من الأسئلة ومقياس ليكرت الحماسي، واستخدام البرنامج الإحصائي spss لإجراء العمليات الإحصائية التي وضعت في جداول تبين التكرارات والنسب المئوية والمراتب والوسط الحسابي والانحراف المعياري والعلاقات الارتباطية باستخدام معامل ارتباط سبيرمان، واختبار مربع كا ٢ ، واختبار f ، واختبار ألفا كرونباخ ، وتوصل البحث إلى عدة من النتائج أهمها: وجود مدى كبير للتسويق الإلكتروني من مواقع الإنترنت وأن الفيسبوك من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما في التسويق ، وأظهر اختبار الفروض وجود علاقة ارتباط دالة بين مواقع التسويق ومدى تلبية المواقع لاحتياجات النساء ، وأظهرت النتائج وجود فروقات بين العينة في البيانات الديمغرافية نحو استخدام المرأة للتسويق الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، وكذلك هناك مؤشر لشدة اتفاق في متوسطات العينة نحو العوامل المؤثرة في استخدام المرأة للتسويق الإلكتروني .

### ثانياً: ريادة الأعمال:

ويذكر الباحثان ماثيوس وفوستر ( Matthews & Foster ) في دراستهم أن التعلم القائم على المشروعات له فوائد كثيرة لمختلف الطلاب؛ لأن تصميم هذا التعلم متدرج، ويتيح للطلاب عمل منتجات بحسب مستويات المهارة الفردية لدى كلا منهم أي أن هذا التعلم القائم على المشروعات يسمح لكل طالب بإكتساب المهارات والمعرفة بالسرعة والمستوى اللذين يناسبان احتياجاته. -Matthews & Foster:2005,16

(17)

ويمكن تفعيل دور أصحاب المشاريع الصغيرة في المجتمع بزيادة دخولهم عن طريق تقديم أنواع التمويل المختلفة بطرق ميسرة لإنشاء المشاريع الإنتاجية وذلك لتحسين مستوى المعيشة للفئة المستهدفة من الفقراء النشطين اقتصاديا وبالتالي نمو الناتج المحلي الإجمالي وتقليل التضخم والمساهمة في معرفة وتفعيل دور السلطات النقدية تجاه عمليات التمويل الأصغر لخلق أنظمة مالية تعمل من أجل الفقراء كالمصارف التجارية ومؤسسات التنمية الاجتماعية (عصماء أحمد: ٢٠١١)

ودراسة منى أحمد (٢٠١٦) هدفت إلى: تحديد مهارات ريادة الأعمال اللازمة لتميتها لدي طلبة الصف الثالث. تخصص الزخرفة والإعلان والتنسيق - بالمدرسة الثانوية الصناعية الزخرفية. وضع تصور لإستراتيجية تدريس يمكن أن يستخدمها معلمو المواد الفنية عند تدريس مقرر تخطيط وإدارة الإنتاج؛ تعمل في حالة تطبيقها على تنمية مهارات ريادة الأعمال، والاتجاه نحو العمل الحر، والتحصيل الدراسي ومدى فعالية الإستراتيجية المقترحة و تحديد طبيعة العلاقة الارتباطية بين تنمية مهارات ريادة الأعمال، والاتجاه نحو العمل الحر، والتحصيل الدراسي ولتحقيق الأهداف السابقة قامت الباحثة بالفحص والدراسة النظرية للأدبيات والبحوث السابقة لمجموعة من المحاور العلمية التي اشتمل عليها البحث، كما أعدت الباحثة الأدوات اللازمة لقياس فعالية الإستراتيجية المقترحة، والتي تمثلت في (اختبار التحصيل الدراسي لوحدي دراسة الجدوى، والتكاليف، ومقياس تحديد مستوى نمو مهارات ريادة الأعمال، ومقياس الاتجاه نحو العمل الحر). وللتأكد من فعالية الإستراتيجية المقترحة في تحقيق أهدافها اعتمد البحث على التصميم التجريبي ذو المجموعة الضابطة قبلي بعدي، وللتأكد من صحة الفروض تم حساب قيم "ت، ومربع آيتا وحجم تأثير، ومعاملات الارتباط بين متغيرات البحث الثلاثة؛ باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS. وقد أثبتت النتائج الإحصائية فعالية الإستراتيجية المقترحة في تنمية مهارات



ريادة الأعمال، والاتجاه نحو العمل الحر، والتحصيل الدراسي، كما أوضحت وجود علاقة إيجابية بين متغيرات البحث الثلاثة السابق ذكرها.

### ثالثاً: المسؤولية المجتمعية:

دراسة Ellison, et., at., أولاً: تفحص هذه الدراسة ما إذا كان الطلاب يعتبرون أن العمل لحساب صاحب العمل يعد مسؤولية اجتماعية، وثانياً، يستكشف كيف يمكن لخبرات العدالة الاجتماعية أو مواقف العدالة الاجتماعية والمعتقدات التنبؤ بحساسية الطلاب للمسؤولية الاجتماعية لأرباب العمل المحتملين، تشير النتائج إلى أن الطلاب الذين شاركوا في الدراسة بشكل عام أيدوا درجة من الحساسية تجاه المسؤولية الاجتماعية لأرباب العمل المحتملين، وإن المشاركة في العمل التطوعي خارج المناهج الدراسية، والالتزام بدرجة أكبر بالعدالة الاجتماعية، وزيادة الكفاءة الذاتية للعدالة الاجتماعية، وخطط أكبر للمشاركة في مجتمعاتهم في المستقبل مرتبطة جميعها بقدر أكبر من الحساسية تجاه المسؤولية الاجتماعية المحتملة لأرباب العمل. (Ellison, et., at., 2018 p275-291)

تعني المسؤولية المجتمعية من الناحية التجارية أن الشركات معنية بالمجتمعات التي تعمل فيها إلى جانب تحقيق الربح، وتم التأكيد مؤخراً على المسؤولية المجتمعية كطريقة لتعليم الطلاب كيف تؤثر أفعالهم على المجتمع. يعتبر التمويل الأصغر مثلاً للمسؤولية المجتمعية التي يمكن للأفراد في جميع أنحاء العالم من خلالها إقراض المال لأصحاب المشاريع المتعثرين في الدول الفقيرة، وأن التمويل الأصغر يفسح المجال للدراسات الاجتماعية لأنه يركز على كيف يعيش الناس. (Chery Dry:2015)

### منهج البحث:

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي في تحليل الدراسات والبحوث السابقة والرجوع إلى الأدبيات وإعداد الإطار النظري للبحث والتوصل إلى قائمة مهارات (ريادة الأعمال والمسؤولية المجتمعية) وكذلك المنهج التجريبي التربوي المتمثل في دراسة

المتغير المستقل (أدوات التسويق الإلكتروني) في برنامج قائم على توظيف أدوات التسويق الإلكتروني، على المتغير التابع مهارات قيادة الأعمال والمسئولية المجتمعية

**التصميم التجريبي للبحث:**

في ضوء طبيعة هذا البحث أعتمد على التصميم التجريبي ذو المجموعة الواحدة " مجموعة تجريبية تتعرض لبرنامج مقترح لتوظيف بعض أدوات التسويق الإلكتروني، وهي عينة من طلاب الفرقة الأولى بالثانوي الفني التجاري"

في ضوء طبيعة هذا البحث اعتمد هذا البحث على التصميم التجريبي ذو المجموعتان التجريبية ذات القياس القبلي والبعدي ويتمثل التصميم التجريبي كما بجدول (١):

جدول (١) التصميم التجريبي

المجموعة	عدد أفراد العينة	القياس القبلي	المعالجة	القياس البعدي
الدراسين من خلال الفيديو في التسويق الإلكتروني والبريد الإلكتروني.	٧٠	اختبار تحصيلي	تطبيق البرنامج القائم على توظيف في التسويق الإلكتروني والبريد الإلكتروني.	اختبار تحصيلي
		بطاقة تقييم المنتج		اختبار مواقف لمهارات قيادة الأعمال
		مقياس المسئولية المجتمعية		مقياس المسئولية المجتمعية

### إعداد المعالجة التجريبية للبحث

لتصميم برنامج قائم على توظيف بعض أدوات التسويق الإلكتروني لتنمية مهارات قيادة الأعمال والمسئولية المجتمعية لدي طلاب التعليم الفني التجاري، قامت

الباحثة باستخدام النموذج العام للتصميم التعليمي ADDIE بتصريف من الباحثة ليلائم هذا البحث.

وفيما يلي وصف تفصيلي للإجراءات التي يجب مراعاتها في كل مرحلة من هذه المراحل: -

### ١. مرحلة التحليل:

مرحلة التحليل هي نقطة البداية؛ حيث إنها المرحلة الرئيسية التي أتم من خلالها تحليل كافة العوامل والظروف المحيطة ببرنامج التعلم، وتشتمل هذه الخطوة على:

#### أ- تحديد المشكلة وتقدير الحاجات:

منذ بداية البحث الحالي وضحت الباحثة العديد من مزايا توظيف أدوات التسويق نذكر منها على سبيل الحصر؛ إتاحة عمليات التفاعل والتواصل الاجتماعي بين المتعلمين وبعضهم البعض، وبين المتعلمين والمعلمين، وإظهار طابع الشخصية والاجتماعية، وعديد من مزايا أخرى والتي يصعب تحقيقها من خلال طرق وأنظمة التعلم التقليدية، والمشكلة الأساسية التي يحاول البحث الحالي حلها هي ضعف مهارات قيادة الأعمال لدي طلاب التعليم الفني التجاري، لذا يحاول البحث الحالي الاستفادة من إمكانيات منصة التعلم Google Classroom وتشجيع وتدعيم الطلاب على تحسين إنتاجهم في استخدام منصات التعلم الخاصة بتكنولوجيا التعليم.

#### ب- تحليل خصائص المتعلمين:

تعتبر هذه المرحلة من أهم مراحل التصميم التعليمي التي تتركز على تحليل خصائص المتعلمين؛ حيث أن طالب التعليم الفني التجاري هو المستفيد المباشر من هذا البرنامج، ولذلك يجب أن تراعى حاجاتهم وميولهم واهتماماتهم، والفروق الفردية بين الطلاب وبعضهم البعض.

ومن خلال ما سبق يتضح أن الهدف من تحليل خصائص المتعلمين المقدم لهم من هذا البرنامج هو: التعرف على طبيعة استخدامهم للإنترنت، و منصات التعلم

الخاصة بتكنولوجيا التعليم ومنها Google Classroom وخبراتهم في التعامل مع Google Apps ، ومدى معرفتهم بالتطبيقات العملية المقترحة، وبناءا عليه قامت الباحثة بتصميم استطلاع رأي، وتم عرضه على السادة المحكمين لأخذ رأيهم في بنود الاستطلاع من حيث:

- مدى وضوح بنود الاستطلاع.
- مدى مناسبة الاستطلاع للأهداف التي وضع من أجلها.
- إضافة أو حذف بنود من الاستطلاع.
- إعادة صياغة بعض بنود الاستطلاع.
- إي ملاحظات ترشدون إليها الباحثة.
- مدى صلاحية الاستطلاع للتطبيق.

وبناءً على نتيجة المحكمين، قامت الباحثة بالتعديلات اللازمة، وأصبح الاستطلاع في صورته النهائية صالحا للتطبيق، ونتيجة لذلك قامت الباحثة بتطبيق الاستطلاع على مجموعة من طلاب التعليم الفني التجاري، وعدد (٥٠) طالب، وكانت نتيجة التطبيق كما يلي: -

١. لقد أوضحت جميع أفراد العينة إلى امتلاكهم أجهزة كمبيوتر، كما بينت أن عدد (١٥) من أفراد العينة إلى وجود وصلة إنترنت لديهم بالمنزل.
٢. أن جميع أفراد العينة إلى يجيدون استخدام الإنترنت، كما أوضحت أن عدد (٣٥) من أفراد العينة يقومون بالدخول إلى الإنترنت في أي وقت من خلال أجهزة الموبايلات التي يمتلكوها.
٣. قد أشارت إلى أن أفراد العينة يجيدون استخدامهم للموبايل أو أجهزة الكمبيوتر من أجل الدردشة والتواصل الاجتماعي مع أصدقائهم، كما أوضحت أن عدد (٥٠) من أفراد العينة على أنهم قاموا بالمشاركة والتواصل مع الأصدقاء من خلال شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك.

٤. وقد تأكدت الباحثة أن جميع الطلاب يمتلكون المهارات الأساسية في التعامل مع الإنترنت قبل البدء في تطبيق تجربة الدراسة من خلال إنشاء مجموعة على تطبيق WhatsApp يضم الباحثة والطلاب مجموعة البحث، للتأكد من امتلاكهم هواتف ذكية متصلة بالإنترنت، وإنشاء بريد الكتروني مفعّل على Gmail لكل منهم

### ج - تحديد الأهداف العامة:

الهدف العام من برنامج توظيف أدوات التسويق الإلكتروني المقترح هو تنمية مهارات ريادة الأعمال لدى طالب التعليم الفني التجاري، كذلك تم تحديد الأهداف العامة من دراسة التطبيقات العملية في تكنولوجيا التعليم التي تم تحديدها وقد تم تحديد الأهداف بناء قائمة المهارات.

### د - تحديد المحتوى التعليمي: -

ويقصد بتحديد المحتوى التعليمي بناء محتوى تعليمي وذلك عن طريق بناء ثلاث قوائم " قائمة أدوات التسويق الإلكتروني، قائمة مهارات ريادة الأعمال، قائمة المسؤولية المجتمعية " وقد تم إعدادها في صورتها الأولية ثم عرضها علي المحكمين من " مناهج وطرق تدريس، و تكنولوجيا تعليم وبناء علي آراء السادة المحكمين قامت الباحثة بإجراء التعديلات المطلوبة، وإعداد قائمة المهارات في صورتها النهائية، وأصبحت القوائم تتسم بالصدق، وأصبحت القوائم في صورتها النهائية وهي تشمل على ١٣ مهارة رئيسية و ١٠٩ مهارة فرعية .

### د - تحليل البيئة التعليمية:

تم التأكد من توفر خدمة الإنترنت الشخصي لدي الطلاب مجموعة البحث لكي يتسنى لهم الدخول إلى المنصة التعليمية Google Classroom هي خدمة تعليمية مجانية لإدارة التعلم الإلكتروني عبر الإنترنت تهدف إلي تبسيط عملية مشاركة الملفات بين المعلمين والمتعلمين عن طريق مساعدة المعلمين على إنشاء فصل

دراسي إلكتروني عليها. ( Google A, 2019 ) وهي تطبيق إلكتروني يتضمن العديد من خدمات Google مثل البريد الإلكتروني والملفات المحملة علي السحابة، ولماذا جوجل لأنشاء الاختبارات والاستبيانات وعروض جوجل التقديمية، وتتيح إنشاء فصول دراسية افتراضية يمكن عن طريقها عرض المادة التعليمية والمهام والأنشطة والواجبات والحصول علي ردود فعل فورية للطلاب عن طريق دخولهم للبرنامج من أي مكان داخل الفصول الواقعية أو في المنازل (DiCicco, .K.M., 2016) تم التأكد من توفر خدمة الإنترنت الشخصي لدي الطلاب مجموعة البحث وأن برنامج التعلم يوفر أشكالاً مختلفة لإدارة المحتوى التعليمي مثل: - العروض التقديمية ، أفلام الفيديو ، وملفات ال Word، Excel وملفات PDF وصور وروابط علي مواقع مختلفة وفيديوهات علي You Tube.

## ٢. مرحلة التصميم:

مرحلة التصميم هي المرحلة الثانية من مراحل البيئة التعليمية وتتضمن الآتي:

### أ. تحديد الأهداف الإجرائية:

ب. تم اشتقاق الأهداف من قائمة المهارات بحيث أن تكون ملائمة تساعد علي توجيه وضبط عملية التعلم، واختيار المحتوى وأدوات القياس المناسبة وفي ضوء ذلك تم إعداد قائمة بالأهداف صورة عبارات سلوكية تحدد بدقة التغير المطلوب إحداثه في سلوك المتعلم، بحيث تكون قابلة للملاحظة والقياس، وقد قامت الباحثة بإعداد قائمة بأهداف المحتوى العلمي المقدم عبر برنامج توظيف بعض أدوات التسويق الإلكتروني والخاص بالتطبيقات العملية التي تم التوصل إليها، ثم قامت بعرض القائمة علي مجموعة من الخبراء والمحكمين ثم قامت الباحثة بعمل التعديلات التي وجهها إليها السادة المحكمون لتكون قائمة أهداف محتوى عبر برنامج توظيف بعض أدوات التسويق الإلكتروني في شكلها النهائي.

ت. تحديد التعليمات وطريقة التعامل مع المنصة التعليمية Google Classroom، وكيفية تنفيذ الأنشطة.

#### ب. تحديد المحتوى وتنظيم عناصره:

تم استخلاص المحتوى العلمي الذي يغطي هذه الأهداف، ويعمل على تحقيقها، وذلك بالاطلاع على عدد من الأدبيات والبحوث العلمية التي تناولت تلك التطبيقات، وذلك بغرض التحديد الأمثل للمحتوى. وقد راعت الباحثة ترتيب عناصر المحتوى من البسيط إلى المعقد، حيث نظمت عناصر المحتوى بالتتابع الهرمي، فرتبت الموضوعات ترتيباً منطقياً مع مراعاة خصائص المتعلمين، وثم تقسيم المحتوى إلى أربع موضوعات رئيسية يندرج منها موضوعات فرعية وهي:

جميع الموضوعات التي تم تصميمها بواسطة العروض التقديمية باستخدام برنامج microsoft power point أساسيات برنامج العروض التقديمية، إضافة عناصر وسائط متعددة داخل العرض التقديمي، تأثيرات الحركة، يصاحب كل درس نشاط ومصادر ووسائط إثرائية.

#### الوحدة الأولى من التسويق الإلكتروني: -

مكونة من أربع دروس، وقد تم صياغتهم بصورة واضحة ومفهومة حتى يتسنى للطلاب تنفيذها بسهولة ويسر ومن ثم الوصول إلي النتائج المرغوب فيها، حيث قامت الباحثة بصياغة مجموعة من الأنشطة والمهام التطبيقية العملية التي تم التوصل إليها، وقد راعت الباحثة عند تحديد الأنشطة والمهام ما يلي:

- مدى ارتباط المهام التعليمية بالأهداف والمحتوى التعليمي.
- الصياغة اللغوية .

## ث. إعداد وضبط أدوات التقييم:

ببطاقة تقييم تسويق المنتجات عن طريق الفيديو التسويقي والبريد الإلكتروني، ونظرا لطبيعة كل تطبيق، وعناصره وأدواته التي تميزه عن باقي التطبيقات فقد أعدت الباحثة بطاقتين تقييم للمنتج عن طريق الفيديو التسويقي والبريد الإلكتروني، أي أن لكل تطبيق بطاقة تقييم إنتاج خاصة به.

- إعداد بطاقات تقييم الإنتاج عن طريق الفيديو التسويقي والبريد الإلكتروني:
- بعد الانتهاء من إعداد الصورة الأولية لقوائم التسويق الإلكتروني في ضوء تنمية ريادة الأعمال والمسئولية المجتمعية، قامت الباحثة بضبط القائمة، وذلك بعرضها علي مجموعة من الخبراء والمحكمين في مجال مناهج وطرق تدريس وتكنولوجيا تعليم وكانت هناك بعض الآراء والمقترحات للسادة المحكمين، وفي ضوء ما أبداه المحكمون من آراء ومقترحات تم الأخذ بها، وأصبحت القوائم تتسم بالصدق، وأصبحت القوائم في صورتها النهائية تشتمل على "١٩" معيار يندرج تحته "١٢٦" ..

## ج. وضع نظام تقدير الدرجات

قد تم استخدام مقياس متدرج لتقدير مدى مراعاة مشروعات الطلاب لمعايير تقييم إنتاج التسويق عن طريق الفيديو التسويقي والبريد الإلكتروني التي يجب توافرها، ويشمل هذا المقياس على الدرجة (٣) تمثل الدرجة الأعلى لتوافر المعيار، وتمثل الدرجة (٢) الدرجة المتوسطة لتوافر المعيار، كما تمثل الدرجة (١) الدرجة الأقل لتوافر المعيار.

## ح. صدق بطاقات التقييم: -

ويقصد بصدق البطاقة أن تقيس الأهداف التي صممت من أجلها ؛ ولحساب صدق بطاقات تقييم إنتاج الفيديو التسويقي والبريد الإلكتروني لمشروعات الطلاب في التطبيقات العملية التي تم تحديدها استخدمت الباحثة طريقة صدق المحتوى ،



والتي تعتمد فكرته علي مدي تمثيل محاور وبنود بطاقات تقييم الإنتاج لمعايير الفيديو التسويقي والتسويق عبر البريد الإلكتروني التي تم التوصل إليها ، وقد تم عرض البطاقات في صورتها الأولية علي مجموعة من المحكمين في مجال مناهج وطرق تدريس وتكنولوجيا التعليم لإبداء آرائهم وقد تم مراعاة ما أوصي به المحكمون من ملاحظات.

حساب ثبات البطاقات يكون بتعدد الملاحظين علي المنتج الواحد، حيث قامت الباحثة بالاستعانة بإثنين من الزملاء، وذلك بعد عرض بطاقات التقييم عليهم للتعرف علي محتواها وعلي تعليمات استخدامها، تم تقييم ثلاث مشروعات للفيديو التسويقي وثلاث مشروعات للتسويق عبر البريد الإلكتروني المنتجة من قبل الطلاب العينة الاستطلاعية، ثم حساب نسبة الاتفاق بين الملاحظين الثلاث لكل منتج باستخدام معامل الاتفاق باستخدام معادلة "Cooper كالاتي:-

$$\text{نسبة الاتفاق} = \frac{\text{عدد مرات الاتفاق}}{100} \times 100$$

عدد مرات الاتفاق + عدد مرات عدم الاتفاق

أن متوسط معامل اتفاق الملاحظين في (الفيديو التسويقي والتسويق عبر البريد الإلكتروني) أقل نسبة هي ٩٠٪ وأعلي نسبة هي ٩٦٪ مما يعني أن بطاقات تقييم " الفيديو التسويقي والتسويق عبر البريد الإلكتروني" في مشروعات الطلاب ثابتة بدرجة تؤهلها لأن تكون صالحة للتطبيق كأداة قياس.

##### ٥. تصميم أدوات (خدمات) برنامج التسويق الإلكتروني المقترح :-

لبدء التعلم من خلال منصة جوجل التعليمية Google Classroom فإن يتطلب توفر الأدوات والتجهيزات التالية :-

- جهاز حاسب آلي كمبيوتر بمواصفات مناسبة، أو جهاز ييات محمول يعمل بنظام الأندرويد Android.
- الإتصال بشبكة الإنترنت.

- متصفح إنترنت مناسب (يوصى باستخدام جوجل كروم Google Chrome).
- حساب بريد إلكتروني على موقع جوجل Gmail.
- تثبيت منصة جوجل التعليمية Google Classroom.
- كود الانضمام إلى برنامج التسويق الإلكتروني وريادة الأعمال (يتم الحصول على من المعلمة).

### تصميم الإستراتيجية التعليمية: -

إستراتيجية التعلم الذاتي عن طريق " الدخول علي المنصات الإلكترونية وخاصة منصة Google Classroom, Form" وإنشاء المستندات والعروض التقديمية Google Presentations ,Docs, ".

### إستراتيجية التعلم عن بعد عن طريق:

" Google Meet, Gmail, Drive , Search , Scholar , YouTube, " ,Drawings, ,Blogs .

### إستراتيجية التعلم الإلكتروني القائم على المشروعات Project Based e

#### Learning Strategy:

تعتبر استراتيجية التعلم الإلكتروني القائم على المشروعات من الاستراتيجيات التي يمكن استخدامها في تدريب واعداد الطلاب، حيث تتميز بإمكانية توظيف واستخدام أدوات التفاعل الإلكتروني عبر الويب لتحقيق التعاون والمشاركة في تنفيذ هذه المشروعات، والاستفادة من كافة المصادر الإلكترونية المتاحة عبر الويب في الحصول على المعلومات وتبادلها إلكترونياً بين الطلاب وبعضهم البعض، دون اللجوء للمعلم المشرف على المشروعات (عبدالعزيز طلبه، ٢٠١٢).

وتعد استراتيجية التعلم الإلكتروني القائم على المشروعات من الاستراتيجيات التي تشغل عقل المتعلم في اكتساب المعرفة والمهارات من خلال عمليات الاكتشاف Inquiry حول أسئلة مرتبطة بالمنهج وبناء منتج نهائي يتم تقييمه في ضوء تحقيقه لأهداف التعلم من خلال مجموعة من المهام التي يتبعها المتعلم والمصممة بعناية من قبل المعلم (وليد الحفاوي، ٢٠١١)

### إستراتيجية التعلم بالمناقشات الإلكترونية ( E - Discussion Strategy):

ويعرف الغريب زاهر (٢٠٠٩، ٣٠٥) استراتيجية المناقشات الإلكترونية بأنها " منتدى يتضمن محادثات إلكترونية قائمة على التفاعلات المتبادلة بين المشاركين والتعاون في عرض المعلومات، وإبداء الآراء في العملية والتعليمية، والمساعدة في التغلب على المشكلات الزمانية والمكانية التوقيت المناقشة أو المشكلات النفسية التي تعوق تنفيذ مواجهة المواقف التدريبية والمشاركة بنشاط وجدية ."

وتعد استراتيجية النقاش من أهم أدوات الاتصال والتفاعل في بيئة التعلم الإلكتروني حيث يتم من خلالها تحقيق العديد الأهداف التربوية ويمكن تعريفها بأنها استراتيجية تسمح للمستخدمين بالتواصل من خلال إرسال موضوعات للأعضاء كي يقرؤونها و يعلقون عليها إما بطريقة خطية متعاقبة Linear ، أو بطريقة خطية متداخلة. Threaded.

### المرحلة الثالثة "مرحلة التطبيق":

وفي هذه المرحلة يتم تنفيذ إستراتيجية التعلم التعاوني و إستراتيجية التعلم الإلكتروني القائم على المشروعات و إستراتيجية التعلم بالمناقشات الإلكترونية، في أثناء السير في مهام التعليمية للمحتوى العلمي المعد، وتتضمن:

### • مرحلة التهيئة الحافزة

قامت الباحثة بتركيز انتباه المتعلمين في المجموعات العشرة، من خلال غرف الدردشة عبر موقع التواصل الاجتماعي " Google Meet "، على موضوعات المحتوى التعليمي في الدروس المحددة، من أجل إثارة دافعيتهم لتعلمه.

### • مرحلة توضيح منتجات المشروعات:

قامت الباحثة بعرض منتجات المشروعات على مجموعات العمل العشرة عبر موقع التواصل الاجتماعي " Google Meet "، وإطلاع المجموعات عليها والمطلوب منهم إنجازها في ضوء التعليمات التي سبق عرضها، وذلك بعد دراسة كل منتج من المنتجات المقترح تنفيذها في كل أسبوع.

### • مرحلة ما قبل تنفيذ منتجات المشروعات

قامت الباحثة بتهيئة مجموعات العمل للبدء في أداء تنفيذ منتجات المشروعات وانتقال الطلاب لمرحلة شراء المواد الخام لبعض المنتجات مثل ألعاب الأطفال المصنوعة من الخرز و مجموعة مختلفة الأنواع والأشكال من المعجنات و مجموعة متنوعة من الملابس من أنواع مختلفة من الأقمشة للجنسين ( ذكور/ إناث ) و مجموعة الإكسسوار الخاصة بالفتيات وتسويق منتجات المواد الغذائية ومنها ياميش رمضان و الأعمال اليدوية المتمثلة في منتجات الكروشيه من إسكرف وملابس وشنط يد.....إلخ مع إعلام الطلاب بوضع إستيكر السعر علي كل منتج من المنتجات .

### • مرحلة تنفيذ وإنتاج المشروعات والتفقد والتدخل:

وفيهما قام الطلاب بعمليات تنفيذ المنتجات المتفق عليها مع الباحثة ورفع منتج كل مجموعة من خلال موقع التواصل الاجتماعي " Google Meet " ، وقامت الباحثة بتفقد المجموعات، وكل طالب على حدة، وملاحظة أدائهم والتعاون فيما بينهم ، والتدخل للإرشاد والتوجيه من قبل الباحثة

- **مرحلة المناقشة:**

تم الاجتماع بكل مجموعة من المجموعات من خلال موقع التواصل الاجتماعي " Google Meet " وعرض المنتجات التي تم الانتهاء منها وأصبحت صالحة للبيع، والنقاش حول موضوعات المحتوى وكيفية إنجاز باقي المنتجات المطلوبة.

- **مرحلة التقويم**

وهنا تقوم الباحثة بتقييم عمل المجموعات وتقييم المنتج الذي تم إنتاجه من قبل كل مجموعة من المجموعات العشرة.

- أ- **تصميم التفاعلات التعليمية:**

التفاعل عبارة عن سلوك متبادل بين أكثر من طرف، كل منهما يتأثر بالآخر، ويعد تصميم التفاعلات التعليمية الخاصة ببيئة التعلم من الخطوات الهامة في بناء برنامج التعلم، حيث يؤدي إلى تفاعل المتعلم مع أكثر من طرف آخر؛ وذلك يهدف إلى وجود علاقة تفاعلية مباشرة، بين المتعلم وبرنامج التعلم، وهذه التفاعلات تتمركز حول المتعلم وهي كما يلي:

- **تفاعل المتعلم مع واجهة التفاعل:** حيث يقوم المتعلم بالتفاعل مع الواجهة من خلال عناصر واجهة التفاعل بالضغط على الأزرار والروابط الخاصة بالأهداف والدليل، وقائمة المحتويات، وكذلك موقع التواصل الاجتماعي " Google Meet " ورابط البرنامج ورابط قناة اليوتيوب. You tube ورابط الاختبار القبلي والبعدي وأختبار المواقف.

- **تفاعل المتعلم مع المعلم:** ويتم ذلك من خلال إتصال الطلاب المشتركين ببرنامج التعلم مع المعلم للاستفسار عن موضوع ما ، وكذلك ليعرضوا عليه بعض المقترحات التي ترتبط بالمنتجات المتضمنة ببرنامج التعلم، ويتحقق ذلك من خلال التواصل مع الباحثة عن طريق البريد الشخصي أو من خلال موقع التواصل الاجتماعي " Google Meet "، كذلك من خلال موقع أو

من خلال كتابة منشور علي المنصة لمناقشته مع الزملاء والباحثة أومع الباحثة فقط.

- **تفاعل المتعلم مع محتوى برنامج التعلم:** حيث يقوم المتعلم بالمشاركة وبناء تطبيقات خاصة بالمحتوى داخل البرنامج ، من خلال إضافة صور، ونصوص وفيديوهات خاصة بالدروس المطلوب انجازها، ويتحقق ذلك من خلال موقع التواصل الاجتماعي " Google Meet " .
- **تفاعل المتعلم مع المتعلم:** من خلال الأنشطة المطلوب تنفيذها وضمن مجموعة العمل التي يختارها المتعلم يتفاعل ويبنى وينتج المتعلم النشاط المطلوب تنفيذه جنبا إلى جنب مع باقي أفراد مجموعة عمله، ويساعد هذا على تبادل وإكتساب الخبرات والأفكار المختلفة، كذلك يتفاعل المتعلم مع المتعلمين من خلال موقع التواصل الاجتماعي " Google Meet " .
- ب - **تصميم واجهة التفاعل:**

تمثل واجهة التفاعل ما يراه الطالب من عناصر رسومية وغير رسومية يتفاعل معها الطالب، مثل الصور، النصوص، الرسومات المتحركة، الأيقونات والوصلات، القوائم، ورؤوس العناوين، والألوان، وقد قامت الباحثة بالإهتمام بجميع العناصر بحيث تجذب الطالب وتثير دافعيته إلى التفاعل والتشارك داخل بيئة التعلم، كذلك تم تصميم الصفحة الرئيسية بحيث تتضمن القالب الرئيس لصفحات البيئة، كما تحتوي الصفحة الرئيسية على رسالة ترحيب المعلمة بالطالب، وتضم الصفحة الرئيسية وصلات لأهداف النظام التفصيلية، ودليل كامل للطالب.

## خطوات التعلم من خلال منصة جوجل التعليمية. في مرحلة التطبيق

- فتح منصة جوجل التعليمية عبر الإنترنت من خلال هذا الرابط: -  
<https://classroom.google.com>
- ثم تسجيل الدخول باستخدام حساب جوجل Gmail.
- أو من خلال جهاز الهاتف الذكي يتم تثبيت تطبيق المنصة جوجل من خلال متجر التطبيقات Google Play، وذلك من خلال هذا الرابط: -
- [https://play.google.com/store/apps/details?id=com.google](https://play.google.com/store/apps/details?id=com.google.android.apps.classroom&hl=ar&gl=US)

ترتبط هذه المرحلة بتطبيق برنامج توظيف أدوات التسويق الإلكتروني للتأكد من صلاحيتها للتطبيق والاستخدام الفعلي لها بعد عرض النسخة المبدئية منها على السادة المحكمين ثم تجربتها على الطلاب، وتتكون هذه المرحلة من عدة خطوات هي: -

**أولاً: التطبيق التجريبي لبرنامج توظيف أدوات التسويق الإلكتروني على عينة استطلاعية:**

تم إجراء التجربة الاستطلاعية على عينة من الطلاب من مدرسة / الفنية المتقدمة بحلمية الزيتون و قد بلغ عددهم ٢٠ طالب وطالبة بالصف الأول الثانوي وقد تم اختيارهم بطريقة عشوائية، وتم تطبيق التجربة الاستطلاعية في الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي ٢٠٢١ - ٢٠٢٢ لمدة شهر.

**أ. الهدف من التجربة الاستطلاعية:**

- التعرف على الصعوبات التي تواجه الباحثة أثناء إجراء التجربة الأساسية، وذلك لتلافيها معالجتها

- التأكد من كفاءة برنامج التعلم " توظيف بعض أدوات التسويق الإلكتروني وخلوه من الأخطاء الفنية.
- -تقدير مدى ثبات بطاقات التقييم.
- ب. إجراءات التجربة الاستطلاعية:
- قامت الباحثة بتقسيم أفراد العينة إلى مجموعتين تشمل مجموعة تسويق عبر الفيديو التسويقي، ومجموعة أخرى تسويق عبر البريد الإلكتروني، عدد كل مجموعة ١٠ من الطلاب.
- تم عقد لقاء مع أفراد العينة الاستطلاعية، ومن خلاله قامت الباحثة بشرح طبيعة برنامج التعلم وكيفية استخدامه، وشرح طبيعة توظيف بعض أدوات التسويق الإلكتروني وكيفية تنفيذه.
- قامت الباحثة بمتابعة الطلاب ببرنامج التعلم، وعقد لقاءات عديدة من خلال موقع التواصل الاجتماعي " الواتساب What's App " و " Google Meet" وتوجيههم نحو استخدام أدوات البرنامج المتنوعة وكذلك القيام بالأنشطة التعليمية المطلوبة
- قامت الباحثة بتطبيق أدوات القياس "بطاقات التقييم" بعديا على إنتاج مجموعتين التجربة الاستطلاعية.
- ج. نتائج التجربة الاستطلاعية:
- كشفت التجربة الاستطلاعية عن ثبات بطاقات تقييم المنتج .
- كما كشفت التجربة الاستطلاعية عن بعض الصعوبات التي واجهها الطلاب أفراد التجربة الاستطلاعية أثناء استخدامهم لبرنامج التعلم وهي: صعوبة استخدام منصة Google Classroom نظرا لعدم معرفتهم المسبقة ببرنامج التعلم منصة Google Classroom وأعطت لهم الباحثة الإرشادات اللازمة لهم والاطلاع إلى الشرح الخاص بمنصة Google Classroom ، كذلك لاحظت



الباحثة عدم التزام الطلاب في بداية الأمر بطبيعة التعلم التعاوني فكان كل طالب بمفرده، وليس مكملًا لزملائه ومحسنًا لعملهم، فقامت الباحثة بتوجيه الطلاب نحو توظيف التعلم التعاوني على النحو الصحيح، وهناك بعض المشكلات الفنية واجهها الطلاب أثناء التجربة الاستطلاعية وهي أحيانًا يكون في مشكلة في الإنترنت أو في الشبكة تمنعهم من الدخول للمنصة

بعد انتهاء التجربة الاستطلاعية وعمل التعديلات، أصبح برنامج التعلم جاهز في صورته النهائية لكي يتم تطبيقه على عينة البحث الأساسية.

#### ثانياً: بناء الأدوات البحث:

استخدمت الباحثة اختبار تحصيلي الإلكتروني، وبطاقة تقييم المنتج واختبار المواقف لمهارات قيادة الأعمال، ومقياس المسؤولية المجتمعية لدي طلاب البحث، وذلك من خلال الآتي: -

- **ويهدف الاختبار التحصيلي إلى:** قياس مدى تحصيل الطلاب في المقررات وهم (الوحدة الأولى من مقرر التسويق الإلكتروني - الوحدة الثانية من مقرر قيادة الأعمال) وفق المستويات المعرفية " لبلوم " حيث تم تضمين أول ثلاثة مستويات معرفية وهي: التذكر، الفهم، والتطبيق وقد تكون الاختبار من (٥٠) سؤالاً وتم إعداده بشكل إلكتروني وذلك لعرضه على المنصة قيم معاملات ألفا كرونباخ لحساب ثبات قد بلغت قيمته ٠.٧٥٠.
- **إعداد اختبار المواقف لمهارات قيادة الأعمال:** وقد تم بناء الاختبار في صورته الأولية وتكونت من مهارتين رئيسيتين هما مهارات إدارة الأعمال وقد تفرع منها "٦" مهارات فرعية ومهارة القيادة الشخصية وتفرع منها "٨" مهارات فرعية.

-الاختبار عبارة عن ١٥ موقف شامل مهارات ريادة الأعمال من الحياة الواقعية،  
يصحح الاختبار يقدر كل موقف ب "٤" درجات، الدرجة الكلية للاختبار من "٦٠"  
درجة، قيم معاملات ألفا كرونباخ لحساب ثبات الاختبار ٠.٧٨٠.

• **مقياس المسؤولية المجتمعية:** تم اشتقاق وإعداد مقياس المسؤولية المجتمعية  
بناءً على الأبعاد التي تم التعرض لها في الإطار النظري ومن ثم تم اشتقاق  
"٥" مهارات رئيسية هي الاهتمام ، المشاركة، التعاون ، الالتزام ، التحكم في  
الذات وقد تم عرضها علي السادة المحكمين ، وعمل جميع التعديلات السابقة  
وأصبح عدد عبارات المقياس (٥٠) عبارة موجبة وسالبة بالتساوي، تم توزيعهم  
داخل المقياس بشكل عشوائي.

#### الدرجات التقديرية لبدائل عبارات مقياس المسؤولية المجتمعية

نوع العبارة البدائل	أوافق بشدة	أوافق	محايدة	لا أوافق	لا أوافق بشدة
موجبة	٥	٤	٣	٢	١
سالبة	١	٢	٣	٤	٥

وطبقاً لتلك التقديرات أصبح اقصى درجة تقديرية يمكن أن يحصل عليها الطالب  
في المقياس هي ٢٥٠ درجة، بينما تكون أقل درجة هي 50 درجة وفقاً لطريقة "ليكرت"  
.Liker.

#### التطبيق الفعلي لبرنامج توظيف أدوات التسويق الإلكتروني على عينة البحث:

تم تطبيق برنامج توظيف أدوات التسويق الإلكتروني بصورته النهائية على العينة  
الأساسية

للبحث وعدد ٧٠ طالبا وطالبة في الصف الأول الثانوي الفني التجاري مقسمة علي  
عشر مجموعات التسويق عبر الفيديو التسويقي و التسويق عبر البريد الإلكتروني  
كل مجموعة مكونة من سبع طلاب ، في الفصل الدراسي الثاني للعام الدراسي

٢٠٢١ / ٢٠٢٢ وأستغرق التطبيق العملي "٣٠" ثلاثون يوماً، ولقد لاحظت الباحثة تقبل الطلاب لبرنامج توظيف أدوات التسويق الإلكتروني كما طلبوا أن تُقدم إليهم باقي المقرر في الصف الثاني والثالث بذلك الأسلوب.

### ثانياً نتائج البحث: -

#### ١. الإجابة على السؤال البحثي الأول: -

- ما مهارات ريادة الأعمال المطلوب تتميتها لدى طلاب التعليم الفني التجاري؟

للإجابة على هذا السؤال: قامت الباحثة من خلال الإجراءات التي اتبعتها في الفصل الثالث بالتوصل إلى قائمة بمهارات ريادة الأعمال المطلوب تتميتها لدى طلاب التعليم الفني التجاري في صورتها النهائية، والتي تضمنت مهارتين رئيسيتين و(١٤) مهارة فرعياً ضمناً وذلك من خلال قيامها ببناء محتوى لمقرر التسويق الإلكتروني للصف الأول الثانوي التجاري في "مهنة التسويق الإلكتروني" تبعاً لمنهج الجدارات"، وبالانتهاء من هذه الخطوة تكون الباحثة قد توصلت إلى الإجابة عن السؤال الفرعي الأول للبحث.

#### ٢. الإجابة على السؤال البحثي الثاني: -

- ما مهارات المسؤولية المجتمعية المطلوب تتميتها لدى طلاب التعليم الفني التجاري؟

للإجابة على هذا السؤال: قامت الباحثة من خلال الإجراءات التي اتبعتها في الفصل الثالث بالتوصل إلى قائمة بمهارات المسؤولية المجتمعية المطلوب تتميتها لدى طلاب التعليم الفني التجاري في صورتها النهائية، والتي تضمنت (٥) مهارة رئيسية و(٥٠) مهارة فرعياً ضمناً وذلك من خلال قيامها ببناء محتوى لمقرر التسويق الإلكتروني للصف الأول الثانوي التجاري في "مهنة التسويق الإلكتروني" تبعاً لمنهج

الجدارات"، وبالانتهاء من هذه الخطوة تكون الباحثة قد توصلت إلى الإجابة عن السؤال الفرعي الثاني للبحث.

### ٣. الإجابة على السؤال البحثي الثالث: -

• ما نموذج التصميم التعليمي المناسب لتوظيف أدوات التسويق الإلكتروني لتنمية قيادة الأعمال والمسؤولية المجتمعية لدى طلاب التعليم الفني التجاري؟ للإجابة على هذا السؤال: قامت الباحثة بدراسة وتحليل مجموعة من نماذج التصميم التعليمي، وفي ضوء ذلك التحليل قامت الباحثة باختيار النموذج العام للتصميم التعليمي ADDIE وتطويره بما يتناسب مع طبيعة البحث الحالي، وقد وقامت بإتباع خطوات النموذج المنهجية بتصرف من الباحثة بما يتناسب مع طبيعة المعالجة التجريبية للبحث الحالي والفئة المستهدفة من الطلاب، وقد تم توضيح ذلك في الفصل الثالث الخاص بالإجراءات، وبالانتهاء من هذه الخطوة تكون الباحثة قد توصلت إلى الإجابة عن السؤال الفرعي الثالث للبحث.

### ٤. الإجابة على السؤال البحثي الرابع: -

• ما فاعلية برنامج مقترح قائم على توظيف أدوات التسويق الإلكتروني على تنمية الجانب المعرفي التحصيلي في التطبيقي (القبلي - بعدي) لمهارات قيادة الأعمال لدى طلاب التعليم الفني التجاري؟

١. يوجد فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠٥) بين متوسطي درجات مجموعة البحث في التطبيقي (القبلي - بعدي) للجانب المعرفي التحصيلي لمهارات قيادة الأعمال لدى طلاب التعليم الفني التجاري لصالح التطبيق البعدي.

ولاختبار صحة الفرض الأول تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والتباين وقيمة (ت) لتعيين مدى دلالة الفرق بين المجموعة قبل وبعد تطبيق البرنامج التدريبي، وقد استخدمت الباحثة في إجراء المعالجات الإحصائية للبيانات التي

حصلت عليها من تطبيق أدوات البحث على المجموعة التجريبية، برنامج التحليل الإحصائي (Spss)،

جدول (١٢) دلالة الفروق بين درجات المجموعة التجريبية قبل وبعد تطبيق البرنامج في الاختبار التحصيلي

الاختبار التحصيلي	ن	المتوسط	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري	قيمة (ت) التباين عند مستوى ٠.٠٥	(ت) الجدولية عند مستوى ٠.٠٥	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
القبلي	70	24.11	6.51	0.77	94.506	1.997	69	عند مستوى ٠.٠٥
البعدي	70	97.69	3	8				

دلالة الفروق بين درجات المجموعة التجريبية قبل وبعد تطبيق البرنامج في الاختبار التحصيلي

يتضح من الجدول السابق قبول الفرض الأول حيث بلغت قيمة "ت" المحسوبة

$$94.506 =$$

وبذلك تكون أكبر من "ت" الجدولية = 1.997، وهذا يدل على وجود فرق وهو مؤشر على فاعلية الوحدات التجريبية في توظيف بعض أدوات التسويق الإلكتروني لتمتية مهارات ريادة الأعمال والمسؤولية المجتمعية بين متوسط درجات الطلاب المجموعة التجريبية في التطبيق (القبلي - بعدي) للاختبار التحصيلي المعرفي لصالح القياس البعدي مما يشير إلى فاعلية هذا البرنامج عند مستوى دال إحصائياً.

٥. الإجابة على السؤال البحثي الخامس: -

- ما فاعلية برنامج مقترح قائم على توظيف أدوات التسويق الإلكتروني على تنمية الجانب المعرفي المهاري (القبلي - بعدي) لريادة الأعمال لدى طلاب التعليم الفني التجاري؟

١. يوجد فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠٥) بين متوسطي درجات مجموعة البحث في التطبيق (القبلي - بعدي) لاختبار المواقف لمهارات ريادة الأعمال لدى طلاب التعليم الفني التجاري.

لاختبار صحة هذا الفرض تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والخطأ المعياري وقيمة (ت) الكلية لاختبار المواقف لمهارات ريادة الأعمال لتعيين مدى دلالة الفرق بين المجموعة قبل وبعد تطبيق البرنامج التدريبي.

جدول (١٣) دلالة الفروق بين درجات المجموعة التجريبية قبل وبعد تطبيق البرنامج في اختبار المواقف لمهارات ريادة الأعمال

الاختبار المواقف لمهارات ريادة الأعمال	ن	المتوسط	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري	قيمة (ت) التباين عند مستوى ٠.٥	مستوى دلالة (ت) الجدولية عند مستوى ٠.٠٥	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
القبلي	≥	١٨.٤٦	٤.٢٩٨	٠.٥١٤	٧٥.١٣٥	١.٩٩٧	٢٩	عند مستوى ٠.٠٥
البعدي	≥	٥٧.٠٦						

دلالة الفروق بين درجات المجموعة التجريبية قبل وبعد تطبيق البرنامج في اختبار المواقف لمهارات ريادة الأعمال، يتضح من الجدول السابق قبول الفرض الثاني حيث بلغت قيمة "ت" المحسوبة = ٧٥.١٣٥ وبذلك تكون أكبر من "ت" الجدولية = ١.٩٩٧، وهذا يدل على وجود فرق وهو مؤشر على فاعلية مهارات ريادة الأعمال في توظيف بعض أدوات التسويق الإلكتروني لتنمية مهارات ريادة الأعمال والمسئولية المجتمعية

بين متوسط درجات الطلاب المجموعة التجريبية في التطبيق (القبلي - بعدي) لصالح القياس البعدي مما يشير إلى فاعلية هذا البرنامج عند مستوى دال إحصائياً.

#### ٦. الإجابة على السؤال البحثي السادس: -

- ما فاعلية برنامج مقترح قائم على توظيف أدوات التسويق الإلكتروني لتنمية المسؤولية المجتمعية لدى طلاب التعليم الفني التجاري؟

#### الفرض الثالث:

١. لا يوجد فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠٥) بين متوسطي درجات مجموعة البحث في التطبيق (القبلي - بعدي) لمقياس مهارات المسؤولية المجتمعية لدي طلاب التعليم الفني لتجاري.

لاختبار صحة الفرض الثالث تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والتباين وقيمة (ت) الكلية لمقياس مهارات المسؤولية المجتمعية لدي طلاب التعليم الفني لتجاري لتعيين مدى دلالة الفرق بين المجموعة قبل وبعد تطبيق البرنامج التدريبي.

جدول (١٤) دلالة الفروق بين درجات المجموعة التجريبية قبل وبعد تطبيق

#### البرنامج في مقياس المسؤولية المجتمعية

الدلالة الإحصائية	درجة الحرية	(ت) الجدولية عند مستوى ٠.٠٥	قيمة التباين عند مستوى ٠.٠٥	الخطأ المعياري	الانحراف المعياري	المتوسط	ن	مقياس المسؤولية المجتمعية
عظماً مستوى ٠.٠٥	٦٩	١.٩٩٧	٧٥.١٣٥	٣.٤٢٧	٢٨.٦٧٥	٨٢.٤٦	٧٠	القبلي
						٢٥٦.١٣	٧٠	البعدي

دلالة الفروق بين درجات المجموعة التجريبية قبل وبعد تطبيق البرنامج في مقياس المسؤولية المجتمعية ويتضح من الجدول السابق أن " عينة البحث " في القياس (القبلي - بعدي) لمقياس المسؤولية المجتمعية أكبر من متوسط درجاتهم في القياس القبلي ، وهذا يدل على أن هناك زيادة في متوسطات درجات طلاب التعليم الفني التجاري " عينة البحث " لصالح القياس البعدي و توجد فروق ذو دلالة إحصائية عند مستوى "٠.٠٥" بين متوسط درجات مجموعة البحث في تطبيق القبلي - بعدي لصالح البعدي ، وتم قبول الفرض الثالث حيث بلغت قيمة "ت" المحسوبة = ٧٥.١٣٥ وبذلك تكون أكبر من "ت" الجدولية = ١.٩٩٦ ، وهذا يدل على وجود فرق وهو مؤشر على فاعلية مهارات المسؤولية المجتمعية في توظيف بعض أدوات التسويق الإلكتروني لتنمية مهارات ريادة الأعمال والمسؤولية المجتمعية بين متوسط درجات الطلاب المجموعة التجريبية في التطبيق (القبلي - بعدي) لصالح القياس البعدي مما يشير إلى فاعلية هذا البرنامج عند مستوى دال إحصائياً.

#### ٧. الإجابة على السؤال البحثي السابع: -

- ما فاعلية برنامج مقترح قائم على توظيف أدوات التسويق الإلكتروني على تنمية الجانب الأدائي لمهارات ريادة الأعمال لدى طلاب التعليم الفني التجاري؟

#### الفرض الرابع:

١. يوجد فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠٥) بين متوسطي درجات مجموعة البحث في التطبيق القبلي - البعدي لبطاقة تقييم المنتج النهائي للجانب التطبيقي (للفيديو التسويقي - البريد الإلكتروني) لمهارات ريادة الأعمال " التسويق الإلكتروني " لدى طلاب التعليم الفني التجاري.

ولاختبار صحة هذا الفرض الرابع تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والتباين وقيمة (ت) الكلية لبطاقة تقييم المنتج النهائي للجانب التطبيقي



(للفيديو التسويقي-البريد الإلكتروني) لتعيين مدى دلالة الفرق بين المجموعة بعد تطبيق البرنامج التدريبي.

جدول (١٥) دلالة الفروق بين درجات المجموعة التجريبية بعديا بعد تطبيق

البرنامج في بطاقة تقييم المنتج

بطاقة تقييم المنتج	ن	المتوسط	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري	قيمة (ت) التباين عند مستوى ٠.٠٥	قيمة (ت) الجدولية عند مستوى ٠.٠٥	الدلالة الإحصائية
القبلي	>٠	١٥٠	٢٠.٦٧٥	٥.٤٤٢	٧٥.١٣٥	١.٩٩٦	عند مستوى ٠.٠٥
البعدي	>٠	٣٦٥.٨٠				69	

دلالة الفروق بين درجات المجموعة التجريبية القبلي - بعديا بعد تطبيق البرنامج في بطاقة تقييم المنتج يتضح من الجدول السابق يوجد فرق عند مستوى دال إحصائياً بين متوسط درجات طلاب المدارس التجارية في التطبيق البعدي لبطاقة تقييم المنتج مما يشير إلى فاعلية هذا البرنامج.

كما يلاحظ ان متوسط أداءات طلاب المدارس التجارية " عينة البحث " في القياس البعدي لبطاقة تقييم المنتج لمجموعة البحث ( الفيديو التسويقي و البريد الإلكتروني ) بعد تدريس مهارات ريادة الأعمال وعمل "٥" مشروعات عبارة عن منتجات تحتاجها فئة المستهلكين المستهدفة تم تسويقها عبر الفيديو التسويقي البريد الإلكتروني وعمل "٥" مشروعات عبارة عن منتجات تحتاجها فئة المستهلكين المستهدفة تم تسويقها وقد بلغ المتوسط = ٣٦٥.٨٠ وهذا يدل على أن هناك زيادة في متوسطات درجات طلاب المدارس التجارية " عينة البحث " لصالح القياس البعدي و توجد فروق ذو دلالة إحصائية عند مستوى " ٠.٠٥ " بين متوسط درجات

مجموعة البحث في التطبيق القبلي - بعدى للجانب الأدائي المهاري لصالح البعدي في الوحدة الأولى من مقرر التسويق الإلكتروني للصف الأول الثانوي ويتضح للباحثة قبول الفرض الرابع حيث بلغت قيمة "ت" المحسوبة = ٧٥.١٣٥ وبذلك تكون أكبر من "ت" الجدولية = ١.٩٩٧ وهذا يدل على تنمية مهارات قيادة الأعمال من خلال عمل الطلاب "عينة البحث" لمنتجات جيدة ويرجع ذلك إلى أهمية مهارات قيادة الأعمال في منهج التسويق الإلكتروني، وكذلك الأنشطة التعليمية المصاحبة لها.

### حساب حجم تأثير البرنامج التدريبي المقترح:

يقصد بحساب حجم التأثير الأسلوب المستخدم لمعرفة حجم العلاقة بين متغيرين أو أكثر، وتوضيح مدى الفاعلية لاكتمال مستوى الدلالة، حيث يشير حجم التأثير إلى قوة الارتباط بغض النظر عن حجم العينة، بينما يشير مستوى الدلالة الإحصائية إلى حجم الثقة في النتيجة التي تم التوصل إليها بغض النظر عن حجم الفرق أو قوة الارتباط. (محمود منسي، ١٩٩٤: ١٠١)

وقد تم استخدام برنامج التحليل الإحصائي (Spss) إصدار (٢٠١٠) تم استخدام معامل الارتباط لبيرسون أيضا المتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، والخطأ المعياري وقيمة "ت" وحساب درجة الحرية، والدلالة الإحصائية، وقد بلغ حجم الأثر = ٩٨.٢.

مما يشير إلى أن حجم تأثير البرنامج المقترح كبير في تنمية مهارات قيادة الأعمال والمسئولية المجتمعية لدي طلاب التعليم الثانوي الفني التجاري.

## ثالثاً: تفسير ومناقشة نتائج الفروض:

- تفسير النتائج الخاصة بفاعلية البرنامج المقترح في تنمية مهارات ريادة الأعمال والمسئولية المجتمعية لدى طلاب التعليم الثانوي الفني التجاري " عينة البحث ":

يتضح من الجداول السابقة ارتفاع المستوى التحصيلي ومهارات ريادة الأعمال والمسئولية المجتمعية لدى طلاب التعليم الثانوي الفني التجاري. "عينة البحث" ويرجع هذا البحث هذه النتائج إلى: -

- طبقاً للنظرية السلوكية تم توجيه الطلاب إلى الجواب الصحيح من خلال وسائل وإستراتيجيات مختلفة مثل التغذية الراجعة Feedback من خلال الوسائط المتعددة، والاختبارات التكوينية، والأنشطة التعليمية المصاحبة لها.
- وطبقاً للنظرية البنائية أنها ترى أن الطالب يبني معرفته بطريقة إيجابية من خلال تفاعله الاجتماعي وهذا ما وفره توظيف بعض خدمات جوجل التعليمية.
- طبقاً للنظرية الاتصالية من خلال التواصل والمشاركات والتعليقات بين المعلمين Google Meet، Chat داخل المنصة Google Classroom وتضييق الفجوة بين الأفكار ووجهات النظر المتنوعة لإنجاز المهام المطلوبة منهم.
- طبقاً للنظرية المعرفية حيث يتم إتاحة وسائل الربط بين المعارف والمعلومات الجديدة وتلك المكتسبة لديهم ويتم معالجتها وتخزينها من خلال Google Drive واستدعائها عند الحاجة وعمل التغذية الراجعة Feedback وتساعد على تنمية المهارات بشكل جيد.
- بناء محتوى لمقرر التسويق الإلكتروني التي يحتاجها الطلاب لتدرس لهم في ضوء حياتهم المجتمعية.

- تنوع الأنشطة التعليمية لتنشيط أذهان الطلاب ولإتقان المهارات المرجو الوصول إليها لأداء العمل المطلوب منهم بسرعة ودقة.
- تنوع إستراتيجيات التدريس المستخدمة التي تثير إنتباه الطلاب وتشوقهم للدراسة وتقريب الفكرة إلى أذهانهم.
- تنوع أساليب التقويم المستمرة آخر كل درس من الدروس من خلال التدريبات المتنوعة والمعدة على نماذج جوجل Google Forms.
- من خلال وضوح أهداف البرنامج المقترح، وتدرج موضوعاته من السهل إلى الأكثر صعوبة، وارتباط الوحدات ببعضها.
- معالجة الفروق الفردية بين الطلاب، حيث يمكن لكل طالب تكرار أي جزء من البرنامج طبقاً لخطوه الذاتي التعليمي، مما يساعد على التعلم الذاتي.
- سهولة التنقل بين الوحدات والموضوعات والدروس بسهولة وبين الشرائح والروابط المختلفة التي تدعم موضوع الدرس بما يتوافق مع قدرات كل طالب، فضلاً عن اعتماده على أسلوب التعلم الذاتي مما أدى إلى جذب الانتباه بشكل مقنن أثناء التدريب، والمصمم على عروض جوجل التقديمية Google Presentation.
- استخدام الكمبيوتر وشبكة الإنترنت والمنصة التعليمية Google Classroom في عملية التعلم مما أدى إلى تفريد عملية التعلم بين الطلاب "عينة البحث".
- التفاعل بين الطالب والبرنامج المقترح من خلال زر اتصل بنا أو التعليقات والمناقشة من خلال مربع الحوار أسفل الشاشة Chat، مما أدى إلى جذب الانتباه وتشويق الطالب ووجود حماس وطاقة إيجابية وعدم إحساسه بالملل والتقدم وفقاً لقدرات كل طالب وذلك لاستخدام نمط تعلم جديد وتم استخدام التطبيقات الآتية التي تتلاءم مع طبيعة البرنامج " المنصة التعليمية Google Classroom : "Search", "Presentations", "Spreadsheets", "Drive", "Forms", "Docs", "Gmail", "Google+", "Blogs", "Scholar", "YouTube", "Drawings",

- وتتفق نتائج هذه الدراسة مع العديد من الدراسات السابقة التي تناولت التسويق الإلكتروني وريادة الأعمال ، بإستخدام أدوات جوجل التعليمية في العملية التعليمية لتنمية الجانب المعرفي أو الجانب الأدائي لدى الطلاب مثل دراسة :-  
 " S. K & Mokaya S. Namusong, M, & Sikalieh, D, 2012  
 (10,2007 Renu Arora, Sood Hill, E, S.,2011 ، محمد زين العابدين: ٢٠١٦ ، قاموس إدارة الأعمال :٢٠١٨، entrepreneurship BusinessDictionary,2018، Paula Fernandes:2019 ، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم :٢٠١٤، Keat & Meyer,2011 ، الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء:٢٠١٩ ، يغمور:٢٠١٥، سلامة حسين وآخرون: ٢٠١٩، باية وقنوني: ٢٠١٩، المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني : ٢٠٠٨ ، احمد الشميمري وآخرون: ٢٠٠٦، & Ines:2006 ، Natalia Haltinner, 2008 ، Brennan, & Vos, 2010 ، أشرف بهجات: ٢٠٠٨، NBEA, 2001، الشرمان :٢٠١٠، جبريل العريشي: ٢٠٠٩، عدنان ياسين، بشير علامة : ٢٠٠٤، ثامر البكري: ٢٠٠٦،)هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات: ٢٠١٠، Pinero&ruiz,2002 ، oltraGutierrez,2003 ، xie&wan,2006 ، عوض الحداد : ٢٠٠٢، (قاسم النعيمي:٢٠١٥.

#### رابعاً: -توصيات البحث: -

في ضوء مشكلة البحث وفروضه وإجراءاته وما تم التوصل إليه من نتائج، ويوصى البحث بما يلي:

١. تبني وزارة التربية والتعليم مقرر التسويق الإلكتروني وتدريبه للطلاب بداية من الصف الأول الثانوي الفني التجاري.

٢. تبني وزارة التربية والتعليم مقرر ريادة الأعمال وتدريب المهارات اللازمة للطلاب بداية من الصف الأول الثانوي الفني التجاري وفي المناهج الدراسية قبل الجامعي.
٣. توظيف أدوات التسويق الإلكتروني في تدريس المناهج والمقررات الدراسية وخاصة التي تتمتع بصبغة تجارية.
٤. استخدام إستراتيجيات تدريبية متنوعة حديثة لتدريب معلمي المواد التجارية، وعدم اقتصار التدريب على أسلوب المحاضرة والإلقاء.
٥. إعداد برامج تدريبية لمعلمي المواد التجارية باستخدام أسلوب التعلم الذاتي، والتعلم عن بعد، بحيث يمكن تزويد المعلمين بها أثناء الخدمة، بما يتيح لكل معلم التدريب المستمر وفقاً لظروفه وقدراته الخاصة.
٦. الاستفادة من قائمة مهارات ريادة الأعمال والمسئولية المجتمعية التي تم التوصل إليها عند بناء برنامج التدريب لمعلمي المواد التجارية.
٧. توظيف الأساليب التكنولوجية الحديثة في عملية إعداد البرامج التدريبية للمعلمين بصفة عامة ولمعلمي المواد التجارية بصفة خاصة.
٨. إجراء دراسات تقويمية لبرامج التدريب والقائمة على استخدام بعض تطبيقات جوجل التعليمية، والتعلم عن بعد، للوقوف على أوجه القوة لدعمها ونواحي الضعف لعلاجها.
٩. استخدام تطبيقات جوجل التربوية في مقررات التعليم الثانوي التجاري وذلك لتنمية التحصيل "المعرفي" والجانب المهاري العملي.
١٠. تدريب معلمي المواد التجارية أثناء الخدمة على استخدام تطبيقات جوجل التربوية في العملية التعليمية.
١١. دمج تطبيقات جوجل التربوية في العملية التعليمية لتصميم المناهج الدراسية بشكل الإلكتروني.

١٢. إعداد البيئة التعليمية المناسبة لمدارس الثانوي الفني التجاري بما يتناسب وأنماط التعليم الإلكتروني المختلفة من أجل توظيف التعليم الإلكتروني بشكل صحيح وعلمي.

### خامساً: - البحوث المقترحة:

- في ضوء نتائج البحث والتوصيات يقترح إجراء مجموعة من البحوث مثل:
١. فاعلية استخدام خدمات جوجل في تدريب معلمي الثانوي التجاري في توظيف المستحدثات التكنولوجية في التدريس برنامج مقترح لإكساب معلمي مرحلة الثانوي التجاري مهارات انتاج المقررات الالكترونية.
  ٢. دراسة أثر المتغير المستقل لهذا البحث وعلاقته بالأساليب المعرفية للطلاب على بعض نواتج التعلم الأخرى.
  ٣. إجراء بحوث شبيهه بالبحث الحالي في تطبيقات عملية أخرى في تكنولوجيا التعليم.
  ٤. توظيف بعض المستحدثات التكنولوجية الأخرى مثل الفصول الافتراضية والواقع الافتراضي في تنمية ريادة الأعمال في تكنولوجيا التعليم لدى الطلاب
  ٥. برنامج تدريبي لمعلمي المواد التجارية على استخدام أدوات الجيل الثاني من الويب في تدريس المقررات المختلفة.
  ٦. إجراء دراسة تقييمية لتوظيف بعض خدمات جوجل التعليمية في المواد التعليمية الأخرى.

## المراجع: -

إبراهيم صابر (٢٠١٢): "تصميم مشروعات متكاملة لتنمية مهارات المشروعات الإنتاجية المتناهية الصغر والاتجاه نحو العمل الحر لدي طلاب المدرسة الثانوية الصناعية المعمارية وقياس فعاليتها"، مجلة دراسات تربوية واجتماعية - كلية التربية - جامعة حلوان - المجلد (١٨)، يوليو ٢٠١٢.

ابو قحف، عبد السالم وآخرون (٢٠٠٦): "التسويق"، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث. شعبان، أفنان، (٢٠٢٠): "العوامل المؤثرة في استخدام المرأة للتسويق الإلكتروني في مواقع التواصل الاجتماعي"، (دراسة ميدانية)، مجلة الباحث الإعلامي، جامعة سوق بغداد، ع ٤٧٤.

قرار وزارى، (٢٠١٣): رقم ٢٣٢، "بشأن قبول الطلبة خريجي المدارس الثانوية الفنية نظام الثلاث سنوات "فئة فنى" (تجاري - زراعي - صناعي) والحاصلين على شهادة الثانوية العامة باستكمال دراستهم للحصول على فئة أو درجة الفنى الأول.

عبد العزيز، حمدي، (٢٠١٣): "استخدام مدخل دائرة التعلم في تصميم تعليم التسويق الإلكتروني وأثر ذلك في تنمية مهارات التفكير المنظومي والدافعية للتعلم لدى طلاب المدارس الثانوية التجارية"، مجلة الدراسات التربوية والنفسية، مج ٣، ع ٣، جامعة طنطا.

الطائي، حميد وآخرون، (٢٠٠٧): "الأسس العلمية للتسويق الحديث": مدخل شامل، دار البازوري العلمية.

عبدالعزیز، حمدي أحمد وفوده، فاتن عبدالمجيد (2011): "تصميم المواقف التعليمية في المواقف الصفية التقليدية والإلكترونية". الأردن: دار الفكر.

عصماء مندور أحمد: (٢٠١١)، "تقويم تجربة مؤسسة التنمية الاجتماعية في التمويل الأصغر ٢٠٠٠"، رسالة ماجستير، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.



على ، محمود سيد (٢٠١٦): "استراتيجية مقترحة للتربية لريادة الأعمال بالتعليم قبل الجامعي بمصر في ضوء بعض الإتجاهات المعاصرة، مجلة التربية للبحوث التربوية والنفسية والإجتماعية ، جامعة الأزهر ، كلية التربية ، ع (١٦٧) ، ص ١١-٧٦.  
 محمد زين العابدين (٢٠١٦) : " الوعى بثقافة ريادة الأعمال لدى طلاب السنة التحضيرية " جامعة الملك سعود وإتجاهاتهم نحوها"، مجلة البحث العلمى في التربية ، ع (١٧)، ص ٦٢٣-٦٥٤.

منظمة التعاون الأقتصادي والتنمية الأقتصادي OECD (٢٠١٨) : مؤشر سياسة المشاريع الصغيرة والمتوسطة الحجم بمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا المتوسطة ، الإتحاد الأوربي ، باريس.

مني أحمد ، (٢٠١٦) : " فعالية إستراتيجية مقترحة في تدريس مقرر تخطيط وإدارة الإنتاج لتنمية مهارات ريادة الأعمال والاتجاه نحو العمل الحر والتحصيل المعرفي لدي طلبة المدرسة الصناعية الثانوية الزخرفية"

نجم عبود نجم ،(٢٠٠٤)، "الإدارة الإلكترونية ، الإستراتيجية ، والوظائف ومشكلات" ، دار المريخ للنشر .

يوسف احمد أبو فارة (٢٠٠٤م): التسويق الإلكتروني "عناصر المزيج التسويقي عبر الانترنت"، عمان: دار وائل ، الطبعة الأولى .

## References:

Bugdayci, Selçuk,(2019)," Studying levels of personal and social responsibility for high school students" v7 n1.

Canoe, Chery Dry Integrating social responsibility and social studies into a multidisciplinary approach to business computer lessons

*Journal of Applied Research for Business Instruction* ،v13 n4  
 2015

- 
- Ellison, Rachel L. ( 2018) Corporate Social Responsibility (CSR) and Potential Employment Decisions: Exploring social change through college students.
- Entrepreneurship. BusinessDictionary(, 2018), Retrieved December 09, from BusinessDictionary.com
- Matthews & Foster,J.F.2005, Being smart about gifted children : A guide–book for parents and educators, Scottsdale, AZ. Great Potential Press v19 n4 p275–291 2018
- Nelson A. Barber, :(2013),"Integrating social responsibility into College of Business Administration University Education: The student's perspective" University of New Hampshire, United States of AmericaVenky Venkatachalam, University of New Hampshire, United States of America.
- Wiggins, G (2000). "Assessment (Authenticity context, and Validity", Phd delta kappa, Vol. (75), No (3).
- World Bank(2005):Opportunities and Options for Governments to promote corporate social Responsibility in Europe and Central Asia:Evidence from Bulgaria,Croatia and Romania ,Working Paper,March